

## Rot-weiß-blau in Pilsen

Am 16. Mai 2024 erstrahlte das Brauereimuseum in Pilsen in den luxemburgischen Farben. Die Botschaft des Großherzogtums Luxemburg für die Tschechische Republik, Bulgarien, Estland und die Ukraine organisierte eine Ausstellung, die die Beziehungen zwischen Luxemburg und Tschechien in den Vordergrund stellte. Unter der Schirmherrschaft des Botschafters Seine Exzellenz Ronald Dofing waren zahlreiche Politiker und Interessierte zur Eröffnung der Ausstellung in das besagte Museum gekommen.

### Die Themen der Ausstellung

Ein wichtiges Thema war die Befreiung durch die Amerikaner am Ende des Zweiten Weltkriegs. Wie Luxemburg wurde auch die Stadt Pilsen von den Truppen der Dritten Armee unter General Patton befreit. Zwei Museen in Europa bewahren die Erinnerung an diesen berühmten General: das Patton Memorial in Pilsen und das General Patton Memorial Museum in Ettelbruck.

Weitere Themen waren die über 100-jährigen diplomatischen Beziehungen zwischen den beiden Ländern, die Handelsbeziehungen oder auch Sportwettkämpfe in verschiedenen Disziplinen.

Nach dem Fall des Eisernen Vorhangs wurden die Beziehungen zwischen den beiden Ländern durch einen frischen Wind neu belebt, was sich in den zahlreichen offiziellen und weniger offiziellen Besuchen von Vertretern beider Länder widerspiegelt.

### Inhalt

Rot-weiß-blau in Pilsen	1
Die Geschichte hinter dem Objekt	5
« Les Bofferding » - eine Erzählung, gefärbt von Gedächtnisschwund, Vermutungen und Rache	6
Ein neuer Hangar für das 20-jährige Jubiläum	9
Kurz gesagt	9
Geld oder Bier! (Fortsetzung)	10
Spenden & Impressum	10



Foto: Pilsen Brewery Museum / Jan Ružička

Aber was wäre Pilsen ohne sein berühmtes Bier? Der Bereich der Braukunst war natürlich in der gesamten Ausstellung dominant. Mehrere Exponate aus den Archiven des Museums der Pilsner Urquell Brauerei und des Musée brassicole des deux Luxembourg halfen dabei, die zahlreichen Verbindungen zwischen den beiden Ländern zu visualisieren.

### Die Konferenz

Ich wurde von der Botschaft eingeladen, einen Vortrag über die Beziehungen zwischen den beiden Ländern im Bereich des Bierbrauens zu

halten. Der Titel "From the taproom to the courtroom - bohemian beer in Luxembourg" (Von der Kneipe zum Gerichtssaal - böhmisches Bier in Luxemburg) machte viele neugierig. Das Wort "böhmisch" wurde bewusst gewählt, erstens, um die tschechische Region zu definieren, die ihre Biere nach Luxemburg exportierte, und zweitens, um die Zeiten des österreichisch-ungarischen Kaiserreichs und der Tschechischen Republik in einem Namen zu vereinen.

Die Begrüßung erfolgte durch Herrn Rudolf Šlehofer, den Direktor des Museums der Brauerei Pilsner Urquell. Anschließend übergab er das Wort an Herrn Max Gerten, *Deputy Head of Mission* bei der Botschaft. Die Ausstellung entstand unter seiner Verantwortung und wurde von Alena Velíšková, der persönlichen Assistentin des Botschafters, sorgfältig organisiert.

Die Konferenz begann mit einem kurzen Rückblick auf Luxemburg in den verschiedenen Jahrhunderten. Darauf folgte eine Erläuterung des rechtlichen Rahmens in Luxemburg im 19. Jahrhundert, um die spätere industrielle Entwicklung besser verstehen zu können.



Foto: Pilsen Brewery Museum / Jan Ružička

Max Gerten war die treibende Kraft bei der Einrichtung dieser Ausstellung.

Foto: Pilsen Brewery Museum / Jan Ruzicka



*In Tschechien ist es üblich, vor UND nach der Konferenz anzustoßen.*

*Oben: von links nach rechts: Rudolf Šlehofer, Max Gerten und Yves Claude.*

*Unten: Im Brauereimuseum in Pilsen war Battin-Bier mit von der Partie.*

Foto: Pilsen Brewery Museum / Jan Ruzicka



---

*Mit dem Geld, das die Pilsner Brauereien für Anwaltskosten bei Prozessen um den Schutz der Bezeichnung "Pilsner Bier" ausgegeben haben, hätte man ganze Höfe aller beteiligten Brauereien vergolden können.*

---

Jana Domanická, Archivarin

Die luxemburgischen Importe und Exporte während der Zollvereinzeit zeigten die verschiedenen Einflüsse, denen die luxemburgischen Brauer ausgesetzt waren. Es war der Eisenbahn zu verdanken, dass die Biere verschiedener böhmischer Brauereien ihren Weg nach Luxemburg fanden.

Anschließend wurde ein Gerichtsverfahren analysiert, in dem eine luxemburgische Brauerei von sieben ausländischen Brauereien wegen betrügerischer Verwendung der Namen "Pilsener Bier" und "Münchener Bier" ins Visier genommen wurde.

In der Zeit zwischen den beiden Weltkriegen wurden die Brauereien Clausen und Battin aus verschiedenen Blickwinkeln beleuchtet, welche das Publikum stark interessierten.

Die Nachkriegszeit wurde durch die Aktivitäten von Munhown und Hentges dokumentiert, von denen der eine als Generalimporteur von Pilsner Urquell-Bier und der andere als Generalimporteur von Skoda-Autos aufgeführt ist.

Alles in allem war es eine interessante Konferenz, die eine Zusammenarbeit mit dem Archiv und dem Museum der Pilsner Urquell Brauerei ermöglichte. Die Zukunft wird zeigen, ob eine weitere Zusammenarbeit zwischen unseren beiden Häusern denkbar ist.



Foto: Pilsen Brewery Museum / Jan Ruzicka

Bei einem Gespräch mit der Archivarin Jana Domanická stießen wir auf eine interessante Übereinstimmung zwischen der Battin-Brauerei und der *Ersten Pilsner Actien-Brauerei* in Pilsen.

Theodor Mocker arbeitete Anfang des 20. Jahrhunderts als Braumeister bei dieser Brauerei in Pilsen. Nach dem Zerfall des österreichisch-ungarischen Reiches und der Gründung neuer Länder änderte die Erste Pilsner Actien-Brauerei ihren Namen und ihr Logo. Von nun an hieß die Brauerei Pilsner Gambrinus, und ein König mit vor Lebensfreude aufgeblasenen Wangen, der mit einem Bierglas anstößt, wurde in der Werbung abgebildet.

Kurt Mocker, der Sohn von Theodor Mocker, besuchte die

Brauereischule Pilsen und wurde wie sein Vater Braumeister. Nachdem er 13 Jahre lang in verschiedenen Brauereien gearbeitet hatte, landete er in Esch/Alzette, wo er für die Überwachung des Baus der neuen Brauerei zuständig war. Nach dem Zweiten Weltkrieg beschloss die Brasserie Battin, das verschlungene Monogramm von Charles Battin endgültig fallen zu lassen und ein kundenorientierteres Logo zu nehmen, nämlich einen Gambrinus, der mit dem Kunden anstößt.



Ist das nur ein Zufall oder hat Kurt Mocker das Firmenlogo seines Vaters verwendet? Das ist ein Rätsel, das noch gelöst werden muss. Wie auch immer, der Abend im Pilsner Brauereimuseum endete mit einem guten Battin-Bier und dem Ruhm aller Gambrinus unter uns!

## Die Geschichte hinter dem Objekt

Jeder belgische Sammler ist wahrscheinlich schon einmal auf den Bierdeckel "Metziger Adler-Pils" gestoßen. Einige sind der Meinung, dass er von der Brauerei Haecht herausgegeben wurde. Seine Herkunft bleibt jedoch bis heute ein Geheimnis.

In einer Diskussion mit unserem Freund Stéphane Schneider wurde eine Theorie entwickelt, die jedoch einer Bestätigung bedarf.



Der Ursprung dieser Marke könnte in der Provinz Luxemburg liegen, um genau zu sein in Messancy. Dort war die Brauerei

Claes Xavier Veuve bis

zum Zeitraum 1925-1930

tätig, in dem sie auch den Namen *Brasserie de l'Aigle* trug. Nach ihrer endgültigen Schließung hätte die Brauerei noch einige Jahre lang als Getränkelager arbeiten können. Nach Aussagen einiger älterer Einheimischer war der Sohn Claes nicht daran interessiert, weiterhin Bier zu verkaufen, sondern wollte in einer richtigen Brauerei arbeiten. Daher habe er sein Dorf verlassen und sich einer großen Brauerei angeschlossen, also wahrscheinlich der Brauerei Haecht, die in der Region durch einen Depositär im Arelerland vertreten war. Denselben Personen folgend, hätte er in dieser Brauerei Karriere gemacht und wäre der Ursprung des Namens "Metziger Adler-Pils".

Ein deutsch klingender belgischer Name war in der zweiten Hälfte des 20. Jahrhunderts nichts Außergewöhnliches. Von Anfang der 1950er bis Ende der 1960er Jahre war das Dortmunder Bier in Belgien sehr beliebt. Viele belgische Brauereien übernahmen daher deutschsprachige Namen, um den Verkauf ihrer Biere zu fördern. Das Wort "Aigle" bedeutet Adler, es könnte also eine Verbindung zwischen der *Brasserie de l'Aigle* und dem Adler-Pils bestehen. All dies ist jedoch noch relativ unklar und beweist nichts.

Es war vielmehr der Name "Metziger", der uns aufhorchen ließ. Metzsig hat nichts mit den Ortschaften "Mertzig" im Großherzogtum oder "Merzig" im deutschen Saarland zu tun. Der Name leitet sich von der deutschen Bezeichnung für Messancy ab, "Miezeg" auf luxemburgisch. Es handelt sich also um einen Namen, der vor 1839 verwendet wurde, als der französischsprachige Teil (sowie das Arelerland) des Großherzogtums Luxemburg an das Königreich Belgien abgetreten wurde.

Wie bereits erwähnt, handelt es sich hierbei um eine Spur, die weiter erforscht werden muss. Wir rufen daher alle Sammler auf, uns zu benachrichtigen, wenn sie mehr Informationen über das "Metziger Adler-Pils" haben.

YC ● MD



## « Les Bofferding » - eine Erzählung, gefärbt von Gedächtnisschwund, Vermutungen und Rache 🇱🇺

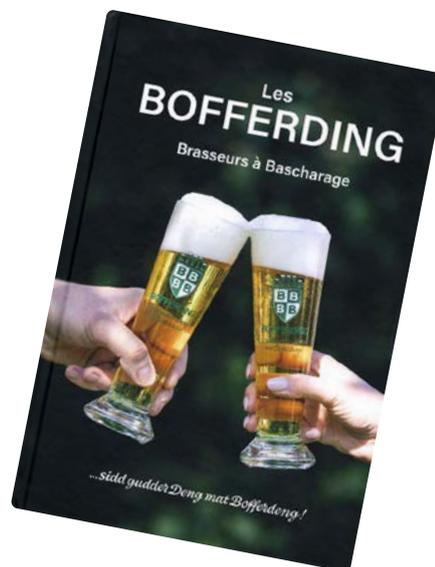
Im November 2023 brachte der Schortgen-Verlag ein Buch mit dem Titel "Les Bofferding - Brasseurs à Bascharage" aus der Feder von Paul Bofferding heraus. Der Autor wurde am 15. November 2023 zu einer Interviewrunde mit dem Journalisten Maurice Molitor beim Radiosender 100,7 eingeladen, wo er Details über seine Schöpfung preisgab.

Als Paul Bofferding im Radio über seinen ehemaligen Geschäftspartner Georges M. Lentz, den heutigen Verwalter der Brasserie Nationale, sprach, sagte er: "*Wann dat esou wäit géif gouen, dann kéint ech och nach zréckschéissen!*" (Wenn es so weit kommt, kann ich noch zurückschießen). Dieser Satz wurde in einem Kontext gesagt, in dem Georges M. Lentz Details in diesem Buch anzweifeln würde.

Von diesem kriegerischen Satz angesprochen, besorgte ich mir das Buch für eine gründliche Untersuchung. Da ich dank meiner über 30-jährigen Forschungstätigkeit im Bereich der luxemburgischen Brauerei über ein solides Wissen verfüge, begann ich also mit der Lektüre.

Kurz nach der Veröffentlichung erschien in der Zeitung "Land" ein ganzseitiger Artikel, der eine erste Analyse des Buches enthielt. Der Journalist beschreibt das Buch als "eine Familienchronik und als eine Abrechnung" (*une chronique familiale et comme un règlement de comptes*). Er stellte auch eine Anomalie in der Konzeption des Buches fest. Während der erste Teil, der den historischen Teil behandelt, keine Anmerkungen enthält, liest sich der "zweite Teil der Memoiren wie eine lange (und relativ unstrukturierte) Anklageschrift gegen Georges M. Lentz jr." (*seconde partie des mémoires se lit comme un long (et relativement déstructuré) réquisitoire contre Georges M. Lentz jr.*).

Einige Unstimmigkeiten sind mir während des Lesens aufgefallen, und wir werden uns bemühen, einige hier zu berichtigen.



**S. 15 : « über 120.000 Hektoliter Bier wurden pro Jahr verkauft » (vor dem Ersten Weltkrieg).**

Es ist unwahrscheinlich, dass diese Zahl zu dieser Zeit von der Brauerei Bofferding erreicht wurde, denn im Jahr 1914 betrug die gesamte luxemburgische Produktion 318.475 hl. Nun waren die größten Brauereien (nach Produktionsvolumen) die *Brasserie de Diekirch S.A.*, die *Brasserie de Luxembourg S.A.* und danach wahrscheinlich die *Brasserie Henri Funck*. Im Jahr 1906 stellte die Diekircher Brauerei 60.959 hl Bier her. Die angegebene Zahl scheint also weit übertrieben zu sein. Darüber hinaus nennt der Autor keine Quellen, die eine Überprüfung seiner Aussagen ermöglichen würden.

**S. 33 : « Die neuen Flaschen [...] mit emailliertem Etikett [...] waren in den Größen 0,20 l für den Export nach Belgien [...] erhältlich ».**

Diese Art von Flaschen ist uns bisher noch nie begegnet. Außerdem ist uns keine Werbung bekannt, die diese Flasche abbildet oder auf sie verweist. Dieser Flaschentyp wurde für die Vermarktung von Limonaden und Säften verwendet. Die Brauerei Bofferding hat jedoch nie alkoholfreie Getränke hergestellt.

S. 39 : « [...] Dick [...] übernahm die Anteile seiner Tanten Anne Pepper-Bofferding und Sophie Bofferding an der « Société Sources Rosport ». »

Der Autor meint sicherlich das Unternehmen "Source naturelle carbo-gazeuse Giesbour-les-Echternach, Bofferding & Cie s.e.c.s", das 1959 in "Source Naturelle carbo-gazeuse Rosport, Dick Bofferding & Cie s.a." umgewandelt wurde. Er fährt weiter mit einer Beschreibung des Logos fort: "Das Logo [...] war und ist immer noch das Rennpferd, das von seinem Jockey geritten wird". Die offizielle Website von Rosport Water informiert uns jedoch, dass das Logo "mit einem Pferd [...] seine Erklärung den Überquerungen der Sauer auf dem Rücken von Pferden verdankt, als die erste Brücke noch nicht gebaut war" (illustré par un cheval [...] doit son explication aux traversées de la Sûre à dos de cheval à l'époque où le premier pont n'était pas encore construit). Wir sind also weit entfernt vom Milieu des gehobenen Bürgertums, das die Rennen auf den Pferderennbahnen besuchte.

S. 48 : « Diesmal trugen die [Weihnachtsbier] Flaschen [...] einen Weihnachtsmann um den Hals ».

Es gibt zwar eine Figur in Form eines Hasen, mit der man das Osterbier dekorierte, aber ein Weihnachtsmann ist in Sammlerkreisen nicht bekannt.

S. 71 : « [Die Brauerei] würde weiterhin sein

Dosenbier in verschiedenen Automaten verkaufen, die an öffentlichen und privaten Orten aufgestellt wurden (Bahnsteig des Bahnhofs von Luxemburg, Kantinen von Unternehmen) ».

Der Automat, der 1969 auf dem Bahnsteig des Hauptbahnhofs in Luxemburg-Stadt eingeweiht wurde, servierte Bier in Flaschen und nicht in Dosen. Die damaligen Pressefotos, die Paul Bofferding neben dem Flaschenautomaten illustrieren, sind bei der Fotothek der Stadt Luxemburg erhältlich.

S. 80 : « Das erste größere Problem [...] war die Frage des Bierpreises, da der Preis [...] seit Jahren nicht mehr angepasst worden war ».

Auch wenn man bisher über die Unschärfe der Daten hinwegsehen konnte, erfordert die oben wiedergegebene Sequenz dennoch ein Mindestmaß an Klarheit. Von wie vielen Jahren sprechen wir hier? 1, 5, 10 oder 20 Jahre?

S. 83 : « Nach dem Scheitern der Gespräche über eine Fusion zwischen der Brauerei in Clausen und der Diekircher Brauerei [...], an denen sich in letzter Minute die Brasseries Réunies beteiligt hatten [...] ».

Der Autor vermischt hier mehrere Fusionsprozesse. Zunächst gab es die Brauerei Bofferding, die Brauerei von Clausen und die Brauerei von Diekirch, die über eine Fusion verhandelten. Der Wortführer auf der Bofferding-Seite war übrigens Paul Bofferding selbst. Nach dem Scheitern



Calvin et Hobbes - Tous aux abris ! von Bill Watterson, Editions Horis Collection/Presses de la Cité, 1995 Universal press Syndicate, 1987 ISBN : 2-258-0341-X

Pathosgeladene Sätze wie "während Paul Bofferding alle Widrigkeiten abwehren musste" (S. 105), "Paul Bofferding war erstaunt über seinen eigenen Mut und seine Kaltblütigkeit" (S. 115 französische Ausgabe) oder "Paul Bofferding ließ sich jedoch nicht von diesen Angriffen unterkriegen" (S. 107) ließen mich sofort an die Abenteuer von "Spaceman Spiff" denken, der imaginären Figur des kleinen Jungen Calvin aus dem US-Comic Calvin and Hobbes.

Unser Verein wird jährlich mit einer öffentlichen Spende von 150 Euro unterstützt

dieser Verhandlungen wandte sich die Brasserie de Clausen an ihre Nachbarin, die Brasserie de Luxembourg, mit der sie fusionierte. Die neue Einheit hieß zunächst "Brasseries Réunies de Luxembourg" (1971), bevor sie fünf Monate später ihren Namen in "Brasseries Réunies de Luxembourg Mousel-Clausen" änderte.

S. 89 : « Nach einigen Erfolgsjahren baten Edmond Reiffers (Brauerei Mousel) und Lucien Dury (Brauerei Clausen) Dick, die Leitung des Unternehmens Soutirages Luxembourgeois SA zu übernehmen [...] ». »

Dieser Satz ist aus historischer Sicht nicht korrekt. Entweder ist die Bezeichnung "Soutirages Luxembourgeois" richtig, und dann ist die Bezeichnung der beiden Brauereien falsch oder nicht präzise genug, oder die Bezeichnung der Brauereien ist richtig, und der Name "Soutirages Luxembourgeois" ist falsch gewählt. Das letztgenannte Unternehmen wurde erst 1974 gegründet. Außerdem behauptet der Autor, dass das Unternehmen Soutirages Luxembourgeois in einer ehemaligen Mälzerei in Clausen ansässig war, obwohl es sich seit seiner Gründung im Stadtteil Howald befinden.

Der Autor neigt dazu, gesundheitliche Details über seine ehemaligen Mitarbeiter preiszugeben. Da diese Personen keine entscheidende Rolle in der Entwicklung der Brauerei spielten und es sich nicht um Personen des öffentlichen Lebens (das "Gesicht" der Brauerei) handelte, halten wir diese Offenlegung nicht nur für unangemessen, sondern könnten sie sogar als populistisch bezeichnen.

Es ist übrigens erstaunlich, dass das Buch mit dem Ausscheiden von Paul Bofferding aus dem Unternehmen endet. Sein Bruder José Bofferding blieb jedoch weiterhin bei der Brasserie Nationale angestellt. Es ist schade, dass der Autor diese Episode nicht bezeugen wollte.

Ein bestimmter Satz hat auch unsere Aufmerksamkeit erregt: "Die Einführung ausländischer Biere durch die Brauerei bedeutete, dass die Biere der Marke Bofferding nicht die einzigen und besten Qualitätsbiere waren" (S. 90).

Es gibt nicht ein einziges Bier, das das beste

von allen ist. Das ist übrigens auch der Grund, warum es bei offiziellen Bierwettbewerben verschiedene Kategorien gibt.

Aus allgemeiner Sicht lässt sich festhalten, dass es dem Buch an Objektivität mangelt. Wie wir in der oben entwickelten Leseprobe gesehen haben, entsprechen mehrere Elemente nicht der Realität, einige Details sind überflüssig und bringen keinen Mehrwert für die Erzählung. Schlimmer noch: Die Vermischung von belanglosen Details mit weitreichenden Entscheidungen ohne chronologische Einrahmung und Daten stiftet Verwirrung beim Lesen des zweiten Teils des Buches. Wir schließen uns daher der Feststellung des Landesjournalisten an.

Auch die Überverwendung des Namens des Autors hat uns stutzig gemacht. Man hat den Eindruck, je näher das Ende rückt, desto wütender schreibt sich der Autor. Kapitel V enthält insgesamt 29 Mal den Namen des Autors, was einen Durchschnitt von 1,16 Mal pro Seite im Format A5 ergibt. In Kapitel VI wird der Name Paul Bofferding 133 Mal genannt, was einen Durchschnitt von 3,69 Mal ergibt. Das Maximum der Wiederholung dieses Namens wurde auf Seite 103 mit 9 Zitaten in insgesamt 33 Zeilen erreicht.

Seite	Anzahl der Zitate « Paul Bofferding »
55-64	8
65-74	7
75-84	14
85-94	14
95-104	56
105-118	63

Abschließend lässt sich sagen, dass es schwierig ist, das beschriebene Buch einem Genre zuzuordnen. Ein Leser, der mit der Welt der Brauerei nicht vertraut ist, könnte sich beim Lesen verlieren, da es keine Schlüsseldaten gibt, anhand derer er die Entwicklung der Dinge nachvollziehen könnte.

Das Buch kann auch nicht als Referenzbuch für zukünftige historische Forschungen dienen. Der Mangel an Genauigkeit, Objektivität und

die Anzahl der Fehler sind für ein solches Objekt nicht geeignet. Das Buch enthält dennoch einige interessante Details über die interne Funktionsweise des Unternehmens, die jedoch mit Vorsicht zu genießen sind. Es handelt sich vielmehr um eine Grundlage für Recherchen an anderer Stelle.

Wir würden diese Erzählung in die Kategorie Unterhaltung einordnen. Also an langen Winterabenden vor einem offenen Kamin zu lesen, ohne sich zu viele Fragen zu stellen.

YC ● MD

## Ein neuer Hangar für das 20-jährige Jubiläum

Unsere Organisation wird in Kürze einen neuen Abstellraum erhalten, um ihre Fahrzeuge unterzubringen. Dieser Raum soll noch vor Ende des Jahres die Fahrzeuge aufnehmen, die derzeit an verschiedenen Orten verstreut sind. Mehr dazu in der nächsten Ausgabe des Newsletters.

YC ● MD



### Kurz gesagt

Wir waren mit unserem **Schankwagen** auf der *Brocante brassicole des 3 frontières* vertreten, die am 18. Mai in Arlon stattfand.

Unser Verein hat Dekorationsmaterial für die Dreharbeiten zur Fortsetzung der Serie "**Oktoberfest 1900**" zur Verfügung gestellt, die demnächst auf Netflix ausgestrahlt wird.

Angesichts des regnerischen Wetters seit März dieses Jahres konnten wir mit der Gestaltung unserer beiden **Lagercontainer** nicht vorankommen.

Auflösung des **Kreuzworträtsels** n° 6 :

- 1) Brochmann / 2) France
- 3) Alzette / 4) Buchholtz
- 5) Mathieu / 6) Gout
- 7) Rollefax / 8) Dudelage
- 9) Wouters
- 10) Munhowen
- 11) Diekirch / 12) Neudorf

## Geld oder Bier! (Fortsetzung) 🇧🇪

Seit unser Artikel über das Brüsseler "Musée de la bière" im letzten Newsletter erschienen war, stand besagtes Museum Ende März wieder im Rampenlicht.

Die Nachrichtenagentur Belga berichtete, dass der Brüsseler Gemeinderat mit den Besucherzahlen des Museums im ehemaligen Börsengebäude unzufrieden ist.

Die Organisatoren rechneten mit etwa 1000 Besuchern pro Tag. Im Durchschnitt fanden jedoch "nur" 300 Personen den Weg in die oberen Stockwerke des prächtigen Gebäudes.

Das Gemeinderatmitglied Coomans de Brachène (MR) ist der Meinung, dass es sich um einen "eklatanten Misserfolg" handelt, während die Mehrheit des Gemeinderats "mehrere Millionen Gewinn im ersten Jahr der Eröffnung" angekündigt hatte. Die Realität sieht so aus, dass die Einrichtung innerhalb eines Betriebsjahres mehr als eine Million Euro Defizit angehäuft hat.

Was das Ergebnis des internen Horeca-Sektors betrifft, so lag es bei einem Drittel der Erwartungen. Was die Vermietung von Veranstaltungsräumen betrifft, so wurden in vier Monaten nur 900 Euro eingenommen, während man für das gesamte Jahr 2023 auf 38.000 Euro gehofft hatte.

Wir sind nach wie vor der Meinung, dass die Organisatoren zu sehr auf die digitale Seite gesetzt haben und das authentische Erbe unterrepräsentiert ist. Auf der anderen Seite sind die Umweltbeschränkungen für den Autoverkehr in Brüssel, das heruntergekommene oder gar unhygienische Aussehen einiger Bahnhöfe und öffentlicher Plätze sowie die anhaltenden Probleme mit der SNCB für einige Besucher nicht gerade ein Anreiz, nach Brüssel zu reisen.

YC ● MD

## Spenden

In den letzten Monaten haben wir mehrere Spenden erhalten:

- Ein Satz Manometer von Herrn Herber Paul ;
- Eine Reihe von Bierdeckeln von Herrn Bintener Romain ;
- Eine Reihe von Aufklebern und Bierdeckeln von Herrn Heckemanns Romain ;
- Eine Lithographie der Brauerei Funck-Erdmer von Frau Wagener Renée ;



- Ein Metallkasten Bofferding, ein Satz Bierflaschen mit Siebdruck, sowie einen Terrassentisch und -stühle der Brauerei Henri Funck von der Familie Thill;
- Ein Jupur-Schild aus Diekirch, sowie eine Reihe von Etiketten der Brauerei Henri Funck von Herrn Brack Henri ;



- Ein Diekirch-Kalender sowie eine Reihe von Bierkrügen von Frau Turmes;
- Ein Stapel von Jahresberichten der *Braseries Réunies de Luxembourg* von Herrn Hénoumont Jean-Luc.